

知道了—— 從清代硃批到當代文創的歷史符號

■ 蔡承豪

「知道了」是清代硃批奏摺中最常見的批示語，其隨時代變遷而有不同的意義，從康熙朝的君臣互動、雍正朝的過渡轉換，到乾隆朝的諭令批示，體現出奏摺制度的轉型。而隨部分清宮檔案遷臺，經歷研究、整理、出版及舉辦相關展覽後，讓其含義逐步解開神秘面紗。至2013年推出的「朕知道了」紙膠帶，透過歷史符號的「去神聖化」與「再生活化」，實現文化意涵與市場價值的結合，開啓博物館文創創新的思考。從帝王硃批到日常文創，這一符號跨越時空，被理解、分享並賦予新生命，彰顯歷史與當代的對話。

常見卻不尋常的批示語

「知道了」一詞，是清代硃批奏摺中極為常見的批示語（圖1）。在觀覽文獻的相關展覽當中，大家應該不難發現在許多不同年代的宮中檔奏摺上，皆有著「知道了」的身影。這三個以硃筆書寫、頻繁出現在清代宮中檔案上的紅色字跡，猶如帝王權威的縮影，勾勒出君臣互動、行政效率與文化符碼的交織圖景。

在國立故宮博物院（以下簡稱「故宮」）所建置的清代檔案檢索系統中，若於「批示」欄位搜尋「知道了」，即可見相關條目達七萬九千餘筆，數量為所有硃批用語之冠，甚至超過「覽」、「依議」等用詞（圖2）。就其書寫方式而言，絕大多數僅簡單批示「知道了」三字，然亦有部分案例附加指令，長者如康熙皇帝（1654-1722，1661-1722在位）在處理兩淮鹽務虧空時，便硃批指示：「知道了。兩淮情蔽多端，虧空甚多。必要設法補完，任內無事方好。不可速（疏）忽。千萬小心、小

心、小心、小心、小心！（圖3）」，¹短者則如「知道了，該部知道」等，指示將事宜轉交相關衙門研議，體現分層治理的效率。短短三字的批示，乍看平凡無奇，然細加玩味，則可窺見其中著實意蘊深遠（圖4）。

「知道了」含義的轉變

表面上，「知道了」作為清代硃批奏摺中最常見的批示語，似乎僅僅表達皇帝對臣僚奏報的簡單確認，相當於「已閱」，並未明確透露對事項的價值判斷或施政意向。然而，其實際意涵並非一成不變，而是隨著清代政體的演進、官僚體系的深化以及帝王治術的變遷而逐步轉化。這一演變不僅反映了君臣互動的微妙變化，更彰顯了奏摺制度從親密溝通工具向行政效率機制的轉型。

康熙朝時期，「知道了」主要承載親暱而直接的君臣對話色彩，作為帝王對包衣及近臣等奏報的確認與應答形式，用以維繫皇帝與親

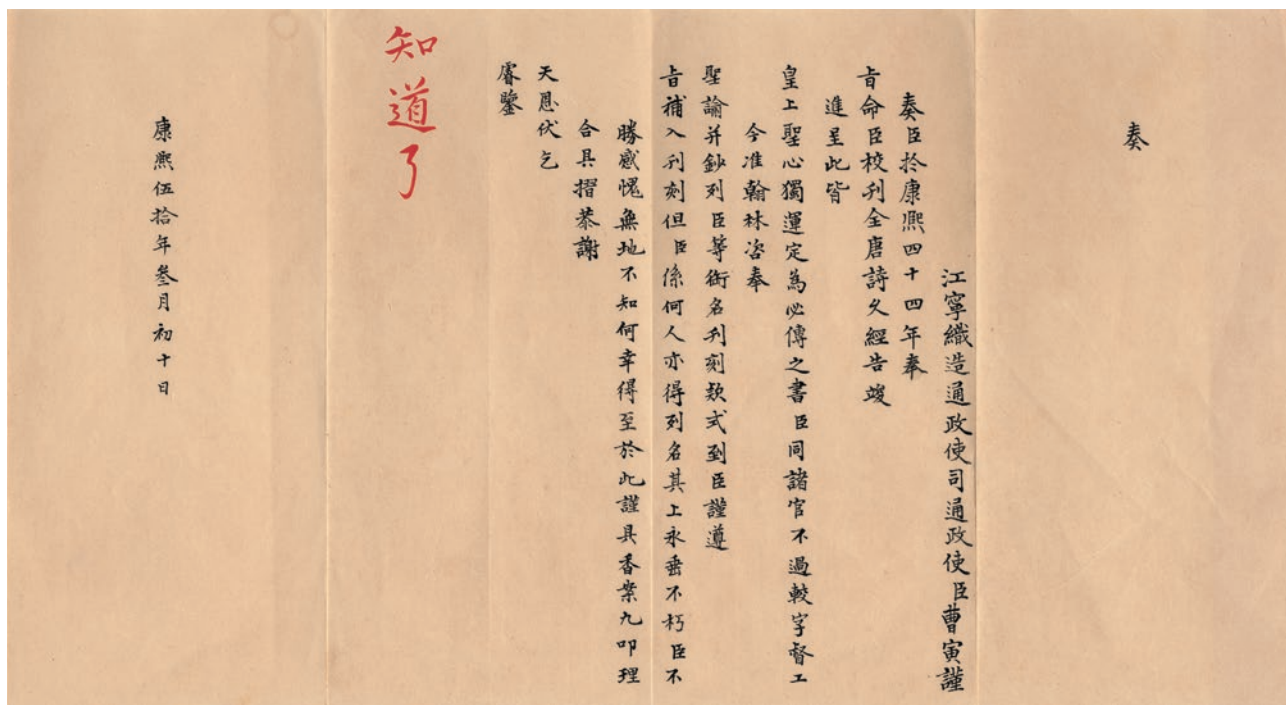


圖 1 清 曹寅 〈奏謝恩命臣等銜名刊刻全唐詩集出力人員內〉 康熙 50 年 3 月 10 日 4 扣 國立故宮博物院藏 故宮 002784

清代檔案檢索系統

本院即日起暫停提供清代檔案文獻提問申請服務。

文獻類名瀏覽

後分類瀏覽

朝代統計 (9)

- ☐ 康熙 1490 冊
- ☐ 雍正 2029 冊
- ☐ 乾隆 23164 冊
- ☐ 嘉慶 3526 冊
- ☐ 道光 12599 冊
- ☐ 咸豐 8201 冊
- ☐ 同治 9140 冊
- ☐ 光緒 16939 冊
- ☐ 宣統 2094 冊

條目名稱 筆數 MDF

縮小範圍查詢(請勾選)

不限欄位 知道了

一般檢索 查詢

增加條件 重置

年份統計

每頁 20 筆, 共 79253 筆, 前往第 1 筆

使用 勾選資料 執行: 目錄下載或分析 依形成日期遞增 以展開模式瀏覽

1. 宮中檔奏摺/宮中檔滿文奏摺-康熙朝

三月二十一日大夫戴元植吉紹李德聰請得三阿哥之脈六脈平和身體安全又覺健壯些謹此奏聞

1696-02-03 ~ 1697-01-22

編號: 故宮156476 / 411000746

具奏日期: 康熙35年

硃批: 知道了

圖 2 在國立故宮博物院建置的清代檔案檢索系統中，於「批示」欄位輸入「知道了」，即可見有多達七萬九千餘筆相關條目。取自國立故宮博物院「清代檔案檢索系統」：<https://pse.is/89kcg>，檢索日期：2025 年 10 月 10 日。

信臣僚間的密切聯繫。此時，奏摺制度尚處於創新階段，康熙皇帝透過密摺強化對地方事務的直接掌控，「知道了」往往象徵皇帝的知悉與默許，而非嚴格的行政指令。例如，在處理

某些不可行之事時，康熙皇帝在批示時會採行：「此後條奏內，如果可行，即批准行，否則俱批知道了。」²這一用法強調了其作為禮貌回應的性質，體現皇帝對臣僚信任的程度，並維持

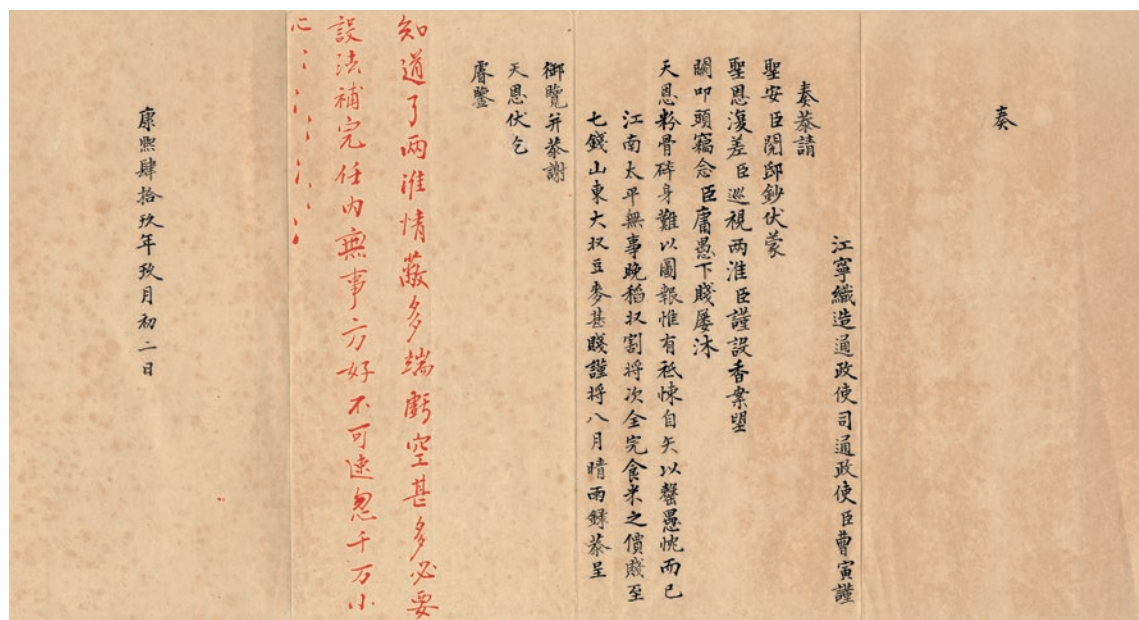


圖3 清 曹寅 〈奏謝天恩復命巡視兩淮鹽務並報江南米價〉 康熙49年9月22日 4扣 國立故宮博物院藏 故宮002731

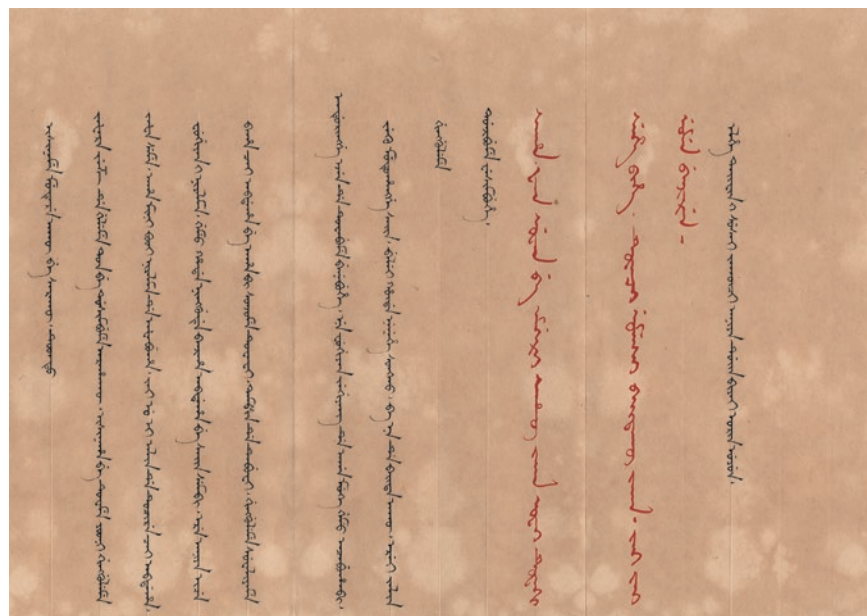
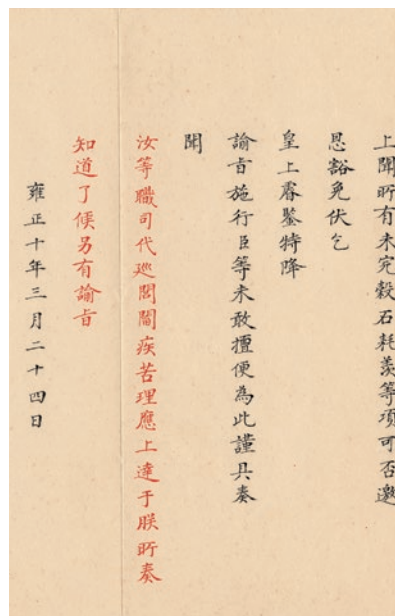


圖4 清 覺羅滿保 〈奏進臺灣芒果及武夷山茶葉摺〉 康熙58年4月29日 局部 6扣 國立故宮博物院藏 故宮156221



政務的流暢性。這與康熙皇帝的治理理念相呼應，他藉此詞彙傳達「知曉天下訊息」的意圖，強化中央權威的同時，避免過度干預地方細務。整體而言，康熙朝的「知道了」更偏向情感連結的語言符號，反映了早期清帝對親信官員的私人式互動。

雍正朝承襲了康熙的密奏制度，展現出高度的連續性，「知道了」依然是最常見的硃批詞彙，其基本含義變化不大，但隨著行政化的深化，逐漸融入程序性作用，成為政務流程中的關鍵環節。如雍正十年（1732）一份由兩位巡視臺灣監察御史覺羅栢修與高山聯名上奏的〈奏為請降諭旨以廣皇仁以甦民困事〉摺，雍正皇帝（1678-1735，1722-1735在位）便明確批示：「汝等職司代巡，閭閻疾苦，理應上達于朕。所奏知道了，候另有諭旨」（圖5），³表示已經知悉所奏，並將有正式的諭旨指示，顯示奏摺在政務推動上的重要環節。不過，雍正皇帝批示其他政務時，有時仍會寫下「動本來奏」，

要求官員另行上奏題本，以利公務程序進行。

至乾隆朝，隨著軍機處的發展、中央集權的強化以及文書制度的沿革，「知道了」的含義發生較大變化。乾隆皇帝（1711-1799，1735-1796在位）強調治術，以及官僚體系的擴增，君臣關係多維持純粹的公務層面，上奏事項趨向正式報告，硃批亦更趨簡練。長篇訓誨式的諭旨相對少見，「知道了」從康熙時的「已閱」或禮貌回應，轉變為具有明確指令效力的行政用語，往往等同於正式批准或准許。如「知道了，有旨諭部」、「知道了，該部知道」、「知道了，候旨可也」等用語，融入了批准語境，與康熙朝「則俱批知道了」的模式大相逕庭，轉而具備積極的行政效力。此轉變呼應了乾隆朝以降的整體趨勢：帝王透過簡短硃批維持權威象徵，確保政務高效運轉。

綜觀三朝，「知道了」的反覆出現提醒我們，清代帝王並非漠視或草率，而是透過這一最簡潔的符號，確認知悉並落實治理秩序。在

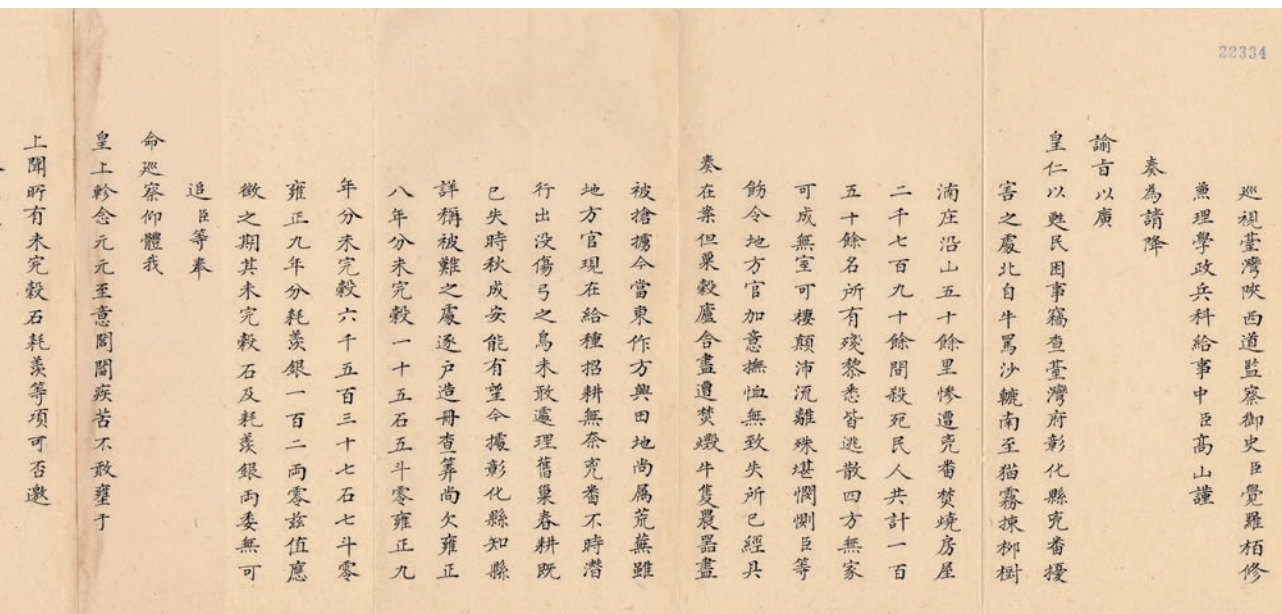


圖5 清 覺羅栢修、高山 〈奏為請降諭旨以廣皇仁以甦民困事〉 雍正10年3月24日 6扣 國立故宮博物院藏 故宮 025634

密集行政網絡中，它呈現的並非冷漠，而是帝國統治的精髓——平衡親密與疏離、確認與指令的藝術。因此學者莊吉發在研究中便指出，藉由探索眾多含有此三字的硃批奏摺，「知道了」雖平凡，卻是理解清代硃批諭旨核心的關鍵詞彙，其使用頻率與含義的層次性，體現了皇帝在龐大帝國治理中的權力運作策略。⁴

清宮檔案的「走出」與公眾呈現

清宮檔案作為帝國治理的重要機密文獻，原本深藏於宮廷之中，鮮為外界所知。然而，隨著部分檔案遷入臺灣，其命運出現重大轉折：這些塵封的「密檔」逐步「走出宮牆」，歷經系統整理、出版、學術研究與公眾展覽，逐漸進入公共知識領域。

清宮檔案的來臺歷程始於抗日戰爭期間的南遷。1930年代，故宮文物開始輾轉遷移，文獻館所藏的明清檔案經善後委員會細緻盤點，共計3,773箱，其中清代宮中檔案占比頗重，包括奏摺、檔冊等珍貴史料。戰後，隨著國共內戰進入白熱化階段，1948年冬季及1949年1月，204箱檔案分兩批運抵臺灣，先暫存於臺中糖廠的倉庫，後再運往霧峰北溝貯存安置。這批歷經多次流轉的史料，雖僅約占南遷文獻總量的十分之一，卻涵蓋了清代軍機處檔及宮中奏摺等核心文獻。在當時國際局勢緊張之下，它們是為數不多可供申請閱覽、且規模相對完整的重要清史資源。

遷臺初期的整理工作由故宮人員在有限資源下展開，重點在於清點與防護，以避免文獻受損或劣化。1965年，臺北士林外雙溪新館落成，文物陸續北上，但初期考量空間有限，故優先安置器物與書畫，並推出相關展覽。文獻類檔案則於後續北遷，先是存放於故宮山下至

善路旁、原屬臺灣省物資局的倉庫暫存。由於文獻數量龐大、門類繁複，故宮展開周延規劃，逐步進行分類、登錄與修護。隨著新館舍擴建，檔案移入專屬庫房，標誌著整理工作從臨時安置走向系統化管理，為後續出版與研究奠定了穩固基礎（圖6）。

待搬遷事宜漸次完成、館舍新構告成之後，開放文獻以饗公眾，遂為後續工作的重心。1960年代，故宮成立「故宮文獻編輯委員會」，系統性整理並出版清代宮中檔案，將昔日密檔轉化為公開史料。此舉不僅提升檔案的學術價值，也促進清史研究的普及與民主化。委員會由院內專家主持，在廣博豐富的史料基礎上，持續進行系統性的編纂與出版工作。其初期成果為《袁世凱奏摺專輯》（1970）與《年羹堯奏摺專輯》（1971）兩部故宮文獻特刊。隨後，編纂團隊以朝代為單位，進一步系統性整理宮中檔奏摺資料，陸續出版《宮中檔康熙朝奏摺》（自1976年起，共二十輯）、《宮中檔雍正朝奏摺》（自1977年起，共三十二輯），以及《宮中檔乾隆朝奏摺》（自1982年起，共七十五輯）等系列專輯。此一系列出版物，體現了委員會在清代檔案文獻整理與學術研究領域中的深厚



圖6 1967年故宮第一期改建工程完竣之鳥瞰 取自國立故宮博物院 100⁺ 院慶「故宮大事錄／百年大事記」：<https://theme.npm.edu.tw/npm100/Chronicles/ChroniclesList>，檢索日期：2025年10月10日。

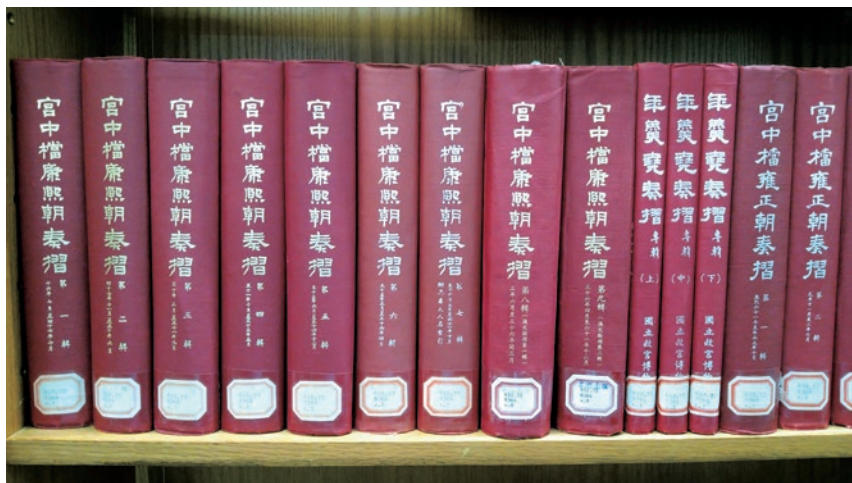


圖7 1970年代，故宮陸續編纂發行了多部清代檔案史料彙編，提升清史研究之便利性。 作者攝

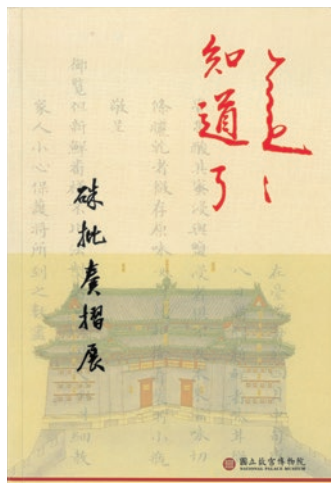


圖8 「知道了：硃批奏摺展」導覽手冊取自馮明珠，《知道了：硃批奏摺展》，臺北：國立故宮博物院，2004，封面書影。

實力與長期投入（圖7）。

這些出版物呈現了過往難以一睹的清帝行政決策與君臣互動史料，為研究者提供珍貴的一手資料。後進入數位時代，故宮建置「清代檔案檢索系統」，收錄宮中檔奏摺、軍機處檔摺件等後設資料與影像，歷經系統改版及政策調整，目前全球研究者與民眾皆可免費、免登入線上查閱，進一步加速檔案的「走出」。

隨著檔案的整理與公開，學界也積極運用相關資料展開研究。如陳捷先（1932-2019）的〈康熙朝奏摺與硃批研究〉探討康熙朝硃批政治功能；莊吉發撰寫〈知道了——奏摺硃批諭旨常見的詞彙〉等論文，⁵分析硃批用詞在不同朝代的意涵轉變。這些研究不僅深化對清代政治運作與文書制度的理解，也凸顯檔案本身在歷史詮釋中的核心地位。

檔案研究的累積，也催生了公眾展覽，使密檔真正「走出」庫房。1994年，圖書文獻處莊吉發研究員策劃了故宮第一個臺灣史料展：「文獻足徵——院藏清宮臺灣史料特展」。⁶2004

年，時任研究員、後成為院長的馮明珠策劃的「知道了：硃批奏摺展」，以「知道了」為主題，展示清代帝王滿漢文硃批手跡，並探討奏摺如何協助皇帝運籌帷幄（圖8）。該展覽引起廣泛迴響，其導覽手冊迄今已再版十餘次，並推出外語版本，可謂將清宮檔案研究成果以具體形式呈現於公眾面前，實現學術與大眾之間的有效對話。其後，「奉天承運——清代歷史文書珍品展」、「古籍與密檔——院藏圖書文獻珍品」、「院藏清代歷史文書珍品」等一系列文獻例行展，期間並穿插相關臺灣歷史主題特展，不僅展示院藏檔案的多元樣貌，更透過專題策劃使觀眾能深入理解清代政治、制度與社會的運作，以及奏摺硃批的特色。⁷

歷史在當代的再生

進入二十一世紀，以美學意識與手作感為核心的生活風格逐漸興起，並帶動了文具美學的流行風潮。「紙膠帶」正契合了這股審美趨勢。它具備裝飾性與實用性，容易上手，成為

手帳、美學筆記愛好者的最愛，也讓各式紙膠帶開始進入文具店與網路平臺，形成新的文化潮流。

而故宮自 1983 年開始發展文化創意產業，當年秦孝儀（1921-2007）院長便提出「從傳統中創新，藝術與生活結合」的理念，並交由當時幾位年輕的研究人員執行。除出版《故宮文物月刊》，並從典藏文物中尋找創意，與廠商共同討論，設計出一系列的紀念商品與生活用品，逐步確立故宮的文創品牌。⁸至 2010 年，故宮舉辦的第一屆「Magic 經典——國寶 100 總動員文創設計競賽」中，即有一組年輕設計者劉軒慈與王偉綸便以「古紋膠帶」為題，將故宮三件典藏（繪畫、書法與器物）中的紋飾元素加以提煉，轉化為紙膠帶的視覺設計語言。透過半透明霧面的材質，使古典紋樣在撕貼之間若隱若現，既保有傳統的古意韻味，又展現出新穎的視覺趣味（圖 9）。⁹這種設計巧思使得文物的符號自然地滲入日常生活場景，為傳統文化注入新的生命力。

此外，2012 年，日本知名紙膠帶品牌 mt 攜其首度海外展覽「mt ex Taipei」來到臺灣，在信義區的大型書店內舉辦期間為期一個月紙膠帶特展。展覽場景充滿創意佈置：從入口牆面、手扶梯，到地面皆以紙膠帶佈置成繽紛圖案，成為「走進紙膠帶世界」的視覺體驗，還設有體驗區，讓參觀者能親自貼敷創作。此展覽被不少粉絲稱為「紙膠帶迷失心瘋大會」，成為當時文具界的熱門話題。¹⁰這股紙膠帶風潮的興起，不僅是一種日常書寫與裝飾的生活趣味，更逐漸成為文化資產轉化的重要媒介，呼應了「歷史元素 × 文創創意」的跨界想像。

而後，相關紙膠帶的故宮文創商品，另在设计公司的巧思下，陸續開發出以「乾隆御覽



圖 9 「古紋膠帶」之簡介 取自徐孝德計畫主持，《當國寶遇上設計：國寶衍生物品設計競賽成果專輯》，頁 120。

之寶」、「金文」等為核心意象的多款系列設計。其中最具代表性者，當屬以康熙御筆硃批「朕知道了」為原型轉化的紙膠帶作品。受到「知道了：硃批奏摺展」展覽手冊的啟發，開發團隊將皇帝批示中常見的硃批語「朕安，知道了」巧妙轉化為「朕知道了」的語彙。作品以帝王親筆批語的權威與幽默，成功引發廣泛的社會話題，彰顯了文化資產在現代市場脈絡中既莊重又親近的雙重特質。

該系列於 2012 年下半年進入合作開發階段，2013 年 7 月正式亮相登場。在各款紙膠帶

中，「朕知道了」三色紙膠帶一經推出即引發市場熱潮，曾一度出現供不應求、需進行限購的盛況。在高峰期間，單年銷量甚至可達十萬組，迄今累積銷量已突破四十萬組，並成為文創商品轉譯歷史語境的經典案例（圖 10）。

這股消費熱潮顯示，帝王硃批這一原本「嚴肅且生冷」的歷史文本，透過巧妙的文創設計得以進入日常場景，並以貼近當代語境的方式重新被理解與消費。此舉不僅帶動博物館文創的話題效應，也為文化教育機構提供了重要啓示：歷史素材並非只能被陳列於展櫃中，當它被賦予新意義時，是能夠透過設計轉譯與情境化包裝，轉化為具有共鳴與參與感的文化體驗。¹¹

從文化行銷的角度來看，「朕知道了」的成功是多重因素交織的結果。首先，商品設計融合了書法藝術的美學價值與紙膠帶的互動趣味，使消費者在「撕貼」的日常行為中，得以扮演帝王、體驗批閱奏章的戲劇性情境，形成高度的代入感與文化遊戲性。其次，商品推出的時期恰逢宮廷劇熱潮與紙膠帶風行之際，市場氛圍與大眾文化話題相互加乘，讓產品在文

化消費場域中具備天然的傳播優勢。再者，2010年代初期正值兩岸觀光交流熱絡之際，大陸遊客大量湧入故宮，對於紀念品的銷售自有著正面的影響。在此背景下，「朕知道了」以其新奇、霸氣且富幽默感的設計特質，有效滿足了遊客對紀念性、話題性與可攜性的文創商品需求。¹²

更重要的是，該商品成功將「清宮御筆」的象徵權威，轉譯為可親近、可互動的日常趣味，展現了文化行銷的核心策略。透過設計使文化資產「去神聖化」與「再生活化」，讓歷史成為能夠被詮釋、被轉化的文化符號，並自然融入日常，成為民眾展現生活美感與品味的方式，成功建構出兼具文化深度與流行議題性的品牌形象。也因此，「朕知道了」紙膠帶不僅是一次商品創意的成功，更是一場文化意涵與市場價值兼具的文創實踐，並於2014年榮獲「臺灣文化創意產業100大獎」最佳文創產品第五名，進一步肯定其在文化行銷上的代表性地位。

這項文創創新激發了眾多文化與教育機構投入相關文創商品的開發。例如，臺大新生書



圖 10 「朕知道了」紙膠帶 © 故宮精品提供 / 知音文創產業股份有限公司拍攝

院結合公益理念，推出「傅斯年校長名言紀念紙膠帶」。¹³另時任北京故宮博物院院長的單霽翔也曾回憶指出，「朕知道了」紙膠帶在當時的大陸市場引發搶購熱潮，甚至被哄抬翻倍，

一度供不應求。這一現象讓他頗受衝擊，深刻體認到文創產品的巨大市場潛力。不久後，北京故宮即相繼推出了「奉旨旅行」行李牌、「朕就是這樣漢子」摺扇等文創商品。¹⁴

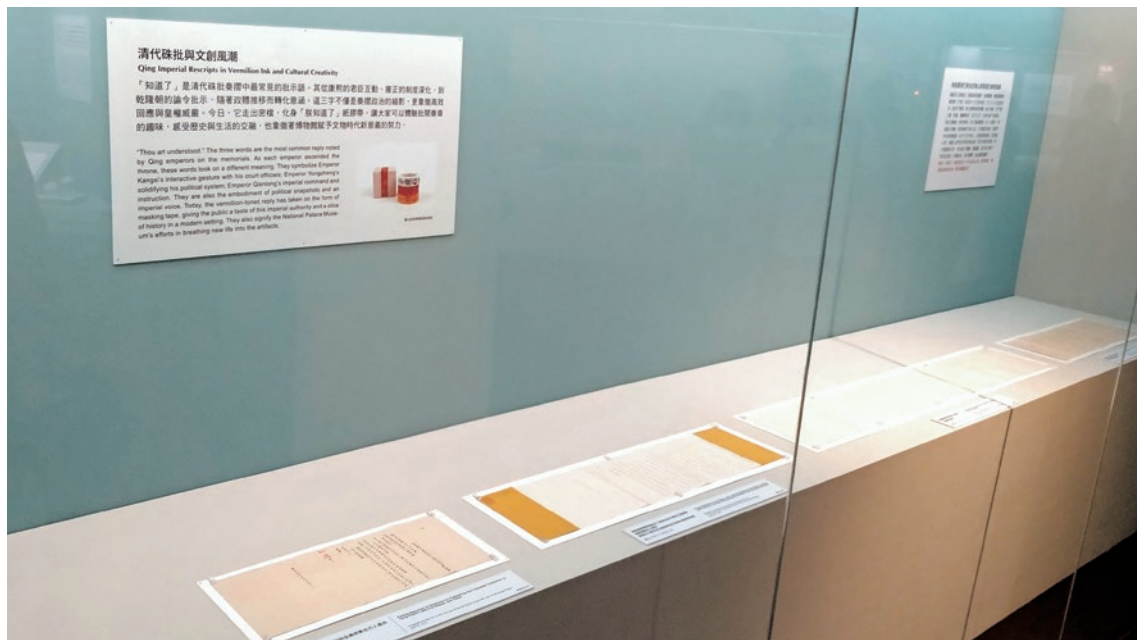


圖 11 「甲子萬年：國立故宮博物院百年院慶特展」中，清代硃批與文創風潮展區。 作者攝



圖 12 博物館不僅僅保存文物，更賦予其新意，延續記憶，銜接未來。 林姿吟攝

跨越時空的對話：博物館文創的轉譯實踐

透過研究、出版、數位化與展覽的交融、積累，「知道了」的硃批從典籍紙頁中被重新喚醒，化為能在日常流轉的文化符號。它的成功，不僅是一件文創商品的市場佳話，更是一場文化資產行銷的經典實踐，證明文物並非只能靜默於庫房，而是能以「趣味化、互動化、生活化」的方式，在市場與文化之間搭建橋樑。「Old is New」成為可被感受的日常經驗，當人們在手帳或紙面上輕輕貼下一枚硃紅的紙膠帶，那一抹墨跡彷彿穿越數百年時光，從御筆間簡練的三字批語，到今日文具上的一縷硃紅，使歷史不再只是遙遠的記憶，而是仍在流動、仍在生長

的生命體。在每一次撕貼之間延續、轉化，並再次融入人們的創作與記憶（圖 11）。

而這更可謂是歷史在今日的回聲，也是文化持續生長的證明，更體現了博物館在當代社會的核心價值——使文化資產在保存與轉化之間，不斷生成新的意義與公共記憶，宛如一條延續不絕的河流，將往昔的光影與未來的夢想一併攜帶向前（圖 12）。

本文撰寫之際，承蒙本院行銷業務處李威蒂、杜逢瑀、羅心慧、謝鎮鴻等諸位同仁於資料蒐集過程中的熱心協助，及設計師劉軒慈分享當年設計歷程，使內容更為充實。在此謹致以衷謝意。

作者任職於本院書畫文獻處

註釋：

1. 國立故宮博物院編，《宮中檔康熙朝奏摺·第二輯》（臺北：國立故宮博物院，1976），頁 698。
2. 大滿洲帝國國務院發行，《聖祖仁皇帝實錄》（東京：大日本東京大藏出版株式會社，1936），卷 180，康熙三十六年二月四日，頁 925a。
3. （清）覺羅柏修、高山奏，〈奏為請降諭旨以廣皇仁以甦民困事〉，《宮中檔奏摺·雍正朝》，雍正十年三月二十四日，故宮 025634，國立故宮博物院藏。
4. 莊吉發，〈知道了——奏摺硃批論旨常見的詞彙〉，收入馮明珠主編，《文獻與史學：恭賀陳捷先教授七十壽慶論文集》（臺北：遠流出版公司，2002），頁 178-198。
5. 陳捷先，〈康熙朝奏摺與硃批研究〉，《中國歷史學會史學集刊》，3 期（1971.5），頁 127-142；莊吉發，〈知道了——奏摺硃批論旨常見的詞彙〉，頁 178-198。
6. 莊吉發，〈文獻足徵——院藏清宮臺灣史料特展〉，《故宮文物月刊》，140 期（1994.11），頁 102-108。
7. 馮明珠，〈清宮檔案展之在地詮釋：談國立故宮博物院清代臺灣史料展〉，《博物館與文化》，1 期（2011.6），頁 83-102。
8. 馮明珠，〈蛻變中的國立故宮博物院〉，《交流雜誌》，144 期（2015.12）<https://www.sef.org.tw/article-1-129-4976>（檢索日期：2025 年 10 月 10 日）。
9. 徐孝德計畫主持，《當國寶遇上設計：國寶衍生品設計競賽成果專輯》（臺北：國立故宮博物院，2015），頁 120。
10. 王惠琳，〈和紙膠帶當紅 mt 跨海辦展〉，《聯合報》（2012 年 5 月 14 日），C6 版。
11. 陳怡伶，〈臺灣故宮博物館文創商品之文化符碼應用研究〉（臺南：臺南應用科技大學視覺傳達設計系創新應用設計碩士班碩士論文，2017），頁 64-65。
12. 朱仲苓，〈國寶摩登新生命——故宮潮·當國寶遇上設計特展介紹〉，《故宮文物月刊》，370 期（2014.1），頁 123-124。
13. 鄭語謙，〈傅斯年紙膠帶扭蛋潮翻 買氣旺〉，《聯合報》（2014 年 8 月 22 日），AA4 版。
14. 戴瑞芬，〈兩岸故宮 炒熱朕商機〉，《經濟日報》（2018 年 12 月 20 日），A17 版。